

**ФОРМАЛИЗОВАННЫЙ МЕТОД АНАЛИЗА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ**

В статье предлагается метод сравнительного анализа конкурентоспособности банковских продуктов со сложными тарифными планами. Рассмотрены область применения метода, его использование на примере анализа конкурентоспособности банковских платежных карт, а также возможности использования результатов анализа для улучшения конкурентоспособности банковских продуктов.

Ключевые слова: платежные карты, банк, конкурентоспособность, рейтинговый тариф.

Мінц О.Ю. *Формалізований метод аналізу конкурентоспроможності банківських платіжних карт. У статті пропонується метод порівняльного аналізу конкурентоспроможності банківських продуктів з складними тарифними планами. Розглянуті область застосування методу, його використання на прикладі аналізу конкурентоспроможності банківських платіжних карт, а також можливості використання результатів аналізу для поліпшення конкурентоспроможності банківських продуктів.*

Ключові слова: платіжні карти, банк, конкурентоспроможність, рейтинговий тариф.

A.Yu. Mints. *Method of formalized analysis of competitiveness of bank pay cards. In the article the method of comparative analysis of competitiveness of bank products is offered with complicated tariff plans. Considered was the application of method, its domain of application on the example of analysis of competitiveness of bank pay cards, and also possibility of drawing on the results of analysis for the improvement of competitiveness of bank products.*

Keywords: pay cards, bank, competitiveness, rating tariff.

Постановка проблемы. Развитие рыночных отношений во всех сферах экономики Украины неизбежно привело к усилению конкуренции между участниками рынков. Ярким примером конкурентной борьбы является область банковских услуг.

Несмотря на то, что некоторые исследователи утверждают, что банковская конкуренция в настоящее время носит преимущественно неценовой характер и связана прежде всего с качеством банковского товара и обслуживания [1], при сопоставимом качестве именно цена продукта оказывает решающее влияние на потребительский выбор.

Долгое время основными банковскими услугами были кредитные, депозитные и расчетно-кассовые операции, цена которых могла быть прямо определена и сопоставлена с конкурентами, на основании тарифов банка. Так, ценой кредитных и депозитных услуг традиционно считается процентная ставка, а ценой расчетно-кассовых — стоимость осуществления операции. Однако, в настоящее время украинские и зарубежные банки существенно расширили как спектр предлагаемых услуг, так и структуру стоимости в рамках каждой из них. Например, сопоставление кредитных предложений различных конкурентов на основании анализа только лишь процентной ставки в настоящее время является невозможным, поскольку в большинстве случаев в затраты клиента по обслуживанию кредита кроме процентов входят ещё различные комиссии и страховые платежи. Поэтому цену банковского продукта целесообразно определять в широком смысле, то есть как стоимость владения [2].

Однако и этот способ достоверен лишь в случае детерминированности всех затрат или доходов клиента, связанных с анализируемым банковским продуктом, что характерно, например, для уже упомянутых операций кредитования. Когда же затраты клиента на оплату

¹ канд. экон. наук, доцент, Приазовский государственный технический университет, г. Мариуполь

услуг банка частично носят вероятностный характер, определение стоимости владения становится также невозможным.

Наиболее характерными банковскими продуктами, относящимися к этой категории, являются платежные карты. Расходы клиента зависят от количества и содержания операций по карте, поэтому заранее невозможно определить, какая статья расходов окажется самой весомой. Что же касается прямого постатейного сопоставления стоимости услуг, то оно практически невозможно из-за сложности и разнообразия банковских тарифных планов. Однако необходимость в сравнительном анализе всё-таки возникает, причем как у самих банков, в рамках продукт-менеджмента, так и у клиентов, делающих выбор в пользу того, или иного банка.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследование существующих методов сравнительного анализа конкурентоспособности банковских платежных карт, показал, что в большинстве случаев предлагается субъективный подход, основанный на опыте и знаниях человека-аналитика [1, 3]. Однако большую ценность, очевидно, имеет формализованный метод, наличие которого позволило бы существенно упростить и ускорить процедуру анализа и сопоставления платежных карточных продуктов различных банков.

Цель статьи — создание метода, который позволил бы привести характеристики банковских платежных карточных продуктов к сопоставимому виду.

Изложение основного материала. Анализ тарифных планов по выпуску и обслуживанию пластиковых карт некоторых украинских банков показал, что общее количество тарифов в них колеблется от 21 (Проминвестбанк) до 87 (ПУМБ). Разумеется, воспринять и сознательно проанализировать такой объем информации клиенты не в состоянии. Однако и полностью случайной процедуру выбора также назвать нельзя.

Как уже упоминалось, затраты клиента по пластиковым картам в большинстве своем носят вероятностный характер. Так, например, открытие и годовое обслуживание платежной карты, а также её перевыпуск по сроку оплачиваются клиентом в любом случае. Затраты на оплату тарифов по снятию денег в банкоматах зависят от размера снимаемых сумм. Затраты на блокировку и перевыпуск карты в случае утери возникают только в экстренных ситуациях, и так далее.

Всё множество тарифов по платежным картам можно свести в несколько основных групп:

- затраты, связанные с открытием карты;
- затраты, связанные с обслуживанием карты;
- стоимость проведения расчетов и снятия наличных;
- стоимость пополнения карточного счета;
- стоимость сопутствующих услуг.

На практике большинство клиентов сравнивает только несколько основных тарифов, связанных с выпуском, перевыпуском и совершением основных операций с платежной картой. Предлагаемый перечень таких тарифов, основанный на сравнительном анализе тарифных планов различных банков, приведен в табл. 1.

Среди тарифов, представленных в табл. 1, присутствуют как детерминированные, так и вероятностные. К последним относятся, например, переоформление карточного счета в связи с утерей и безналичное пополнение счета. Однако, вероятность возникновения этих затрат довольно высока, следовательно включение их в перечень основных тарифов является обоснованным.

Исходя из данных таблицы 1 видно, что в 2008 году наблюдается недопоступление средств общего фонда, которое составляет 0,5% от общей суммы необходимых ресурсов. Фактически сложившиеся доходы не покрывают в полном объеме расходы бюджета. В 2007 году наблюдалось превышение фактических поступлений над расходами общего фонда на 0,3%.

Пусть имеется один субъект, который может выбирать действия из какого-то множества. Предположим, что предпочтения этого субъекта описывается функцией полезности (1), которая соотносит множество его действий (альтернатив) A с полезностью этих действий R .

$$f(y): A \rightarrow R, \quad (1)$$

Значения этой функции позволяют сравнивать разные альтернативы. Если есть два

варианта, то лучшим будет тот, который приводит к большему значению функции. Следовательно, в рамках рассматриваемой теории, субъект будет максимизировать свою полезность и производить выбор из множества выбора, которое представляет собой множество максимумов его це-

Таблица 1

Основные тарифы банков по личным платежным картам			
№ пп	Тариф	Единица измерения и метод расчета.	Способ взимания
1.	Минимальная сумма начального взноса на счет	грн.	при открытии
2.	Сумма гарантийного покрытия	грн.	при открытии
3.	Открытие и первый год обслуживания карты	грн.	при открытии
4.	Обслуживание платежной карты (за каждый следующий год).	грн	при перевыпуске
5.	Переоформление карточного счета в связи с утерей карточки	грн	при утере
6.	Снятие денег в банкоматах Банка,	% от суммы операции	при совершении операции
7.	Снятие денег в банкоматах в ПВН и банкоматах других банков Украины	% от суммы операции	при совершении операции
8.	Снятие денег в банкоматах других банков за пределами Украины.	% от суммы операции	при совершении операции
9.	Начисление на сумму остатка на карточном счете	% годовых	ежемесячно
10.	Безналичное пополнение счета	% от суммы операции	при совершении операции
11.	Перевод средств на другие счета клиента	% от суммы операции	при совершении операции

левой функции (2)

$$P(f(\cdot), A) = \text{Arg} \max_{y \in A} f(y), \quad (2)$$

Значит, множество выбора субъекта зависит от его предпочтений $f(\cdot)$ и от того множества A , из которого он производит выбор. Предположение, что агент производит выбор из множества выбора (то есть, стремится максимизировать свою целевую функцию) называется гипотезой рационального поведения, которая заключается в том, что агент выбирает с учетом всей имеющейся у него информации наилучшую с его точки зрения допустимую альтернативу, то есть t_v , на которой достигается максимум его целевой функции.

Разумеется, необходимо учитывать, что все подобные модели носят статистический характер, то есть приобретают справедливость при анализе достаточно большой совокупности индивидуумов. Практика банковской работы показывает, что для различных клиентов значение каждого из тарифов, приведенных в табл. 1 также оказывается различным. Одним клиентам важнее платить как можно меньше за снятие наличных в банкоматах банка, другим – за снятие за рубежом, третьим – за безналичное пополнение. Далеко не для всех самым важным тарифом оказывается стоимость выпуска и годового обслуживания карты.

В то же время, известно, что человек одновременно может воспринимать и анализировать не более чем 7-8 источников информации [5]. Поэтому при сравнении сложных тарифных планов характеристики пластиковых карт воспринимаются лишь количественно, то есть по признаку «больше» или «меньше». Поэтому, применительно к рассматриваемой задаче для большого количества потребителей можно воспользоваться допущением об одинаковой потребительской ценности всех тарифов. Тогда, например, для двухпродуктовой модели выбора потребительская ценность варианта x будет составлять:

$$f_x(x, y) = \sum_i (1 \cap (x_i > y_i)), \quad (3)$$

где j принадлежит к множеству характеристик вариантов x и y .

В данной модели подразумевается прямая зависимость между потребительской ценностью банковской услуги и вероятностью её выбора конечным потребителем:

$$p_x = \frac{f_x(x, y)}{J}, \quad (4)$$

где J – количество анализируемых характеристик тарифных планов.

На практике, однако, необходимость сравнения всего лишь двух карточных продуктов возникает сравнительно редко. Поэтому необходимо перейти от двух- к многопродуктовой модели потребительского выбора. Это можно сделать двумя путями. Либо, на основании многократного применения выражений (3) или (4), произвести попарное сравнение всех карточных продуктов и на его основании построить общий рейтинг. Либо перейти в формуле (3) от бинарного ранжирования характеристик к многоуровневому. Достоверность получаемых результатов в обоих случаях будет примерно одинаковой, однако для рассматриваемой задачи второй вариант является менее трудоемким.

Рассмотрим метод сравнения произвольного количества карточных платежных продуктов коммерческих банков, основанный на формировании и последующем сравнении рейтингов.

Пусть имеется n коммерческих банков, предлагающих некоторое количество платежных карточных продуктов. Наборы характеристик, которыми описываются эти продукты (тарифные планы), для каждого банка в общем случае не совпадают. Требуется построить рейтинги для продуктов каждого банка, чтобы обеспечить возможность их прямого сопоставления.

Прежде всего, необходимо отсортировать карточные продукты каждого банка по уровню карт. Существует общепринятое деление карт на начальный, стандартный и элитный уровни, в рамках которых могут выделяться несколько подуровней. Кроме того, по назначению карты делятся на личные, зарплатные, корпоративные и социальные. Следует обратить внимание на то, что поскольку функциональность карт различных уровней и различного назначения отличаются, сравнению подлежат только карты одинакового уровня и назначения.

Далее тарифные планы приводятся к единому виду. Для этого, в соответствии с табл. 1 из них выбираются наиболее значимые тарифы. В зависимости от целей проводимого анализа, перечень анализируемых тарифов может быть расширен.

Таким образом, после предварительной подготовки, исходные данные сформированы в виде некоторой матрицы $A[m, n]$, где m – количество анализируемых характеристик, n – количество банков.

На следующем шаге осуществляется преобразование $A[m, n] \rightarrow R[m, n]$, где для каждой характеристики m ,

$$r_{m,i} = \text{sortorder} (a_{m,i}, A_m), \quad i = 1..n. \quad (5)$$

Иными словами, определяется рейтинг банков по каждой характеристике сводного тарифного плана. При этом самому привлекательному предложению присваивается рейтинг 1, самому плохому – рейтинг равный n . В случае, если несколько банков предлагают одинаковые тарифы, им присваиваются одинаковые места. При этом, в зависимости от значимости той или иной характеристики для потребителя, значение худшего рейтинга может быть и меньше n (см. пример построения рейтинга, приведенный ниже).

Совокупный рейтинг рассчитывается следующим образом:

$$sr_i = \sum_{j=1}^m r_{j,i}, \quad i = 1..n. \quad (6)$$

При этом по результатам анализа, продукты банков будут расположены в порядке увеличения совокупного рейтинга.

Рассмотрим пример сравнительного анализа конкурентоспособности банковских платежных карт. Для расчетов взяты тарифы пяти украинских банков по личным пластиковым картам стандартного уровня.

В соответствии с (5) и (6) построим матрицы R и SR , содержащие рейтинги банков по каждому тарифу и по продукту в целом. Результаты сведем в табл. 3.

При построении рейтингов по отдельным характеристикам тарифных планов, выяснилось, что по позициям 1, 2 и 9 наблюдается антагонизм тарифной политики банка 1 и банков 2-4. Для получения более достоверных рейтинговых оценок был проведен дополнительный анализ значимости этих тарифов для клиентов банков. При этом выяснилось, что отсутствие таких тарифов как «Сумма гарантийного покрытия» и «Сумма начального

взноса на картсчет» для большинства клиентов гораздо важнее, чем «Начисление % на остаток по картсчету». По этой причине в последнем случае худшим тарифам был присвоен рейтинг «3» (табл. 3).

Суммарный рейтинг позволяет легко ранжировать банки по степени привлекательности тарифных планов. Так, на первом месте, с большим отрывом оказался банк 2, что соответствует и реальному его положению на украинском рынке карточных услуг.

Таблица 2

Тарифы банков по личным карточкам стандартного уровня, грн.

№ пп	Тариф	Банк 1	Банк 2	Банк 3	Банк 4	Банк 5
1	Минимальная сумма начального взноса на счет	500	0	0	0	0
2	Сумма гарантийного покрытия	500	0	0	0	0
3	Открытие и первый год обслуживания карты, грн.:	100	150	130	187	100
4	Обслуживание платежной карты (за каждый следующий год), грн.:	75	75	130	187	75
5	Переоформление карточного счета в связи с утерей карточки	50	25	60	38	25
6	Проведение расчетов по карточным счетам в банкоматах банка, % от суммы операции	0,5	1,00%	0	1% мин. 1,5 грн	3% мин. 7 грн
7	Проведение расчетов по карточным счетам в ПВН и банкоматах других банков Украины, % суммы операции	1,55% + 3,75 грн.	1% + 5 UAH	1,5% + 3 грн	1,5% + 5 грн	3% мин. + 7 грн
8	Проведение расчетов по карточным счетам в банкоматах других банков за пределами Украины, % суммы операции.	1,25% + 14 грн.	1% + 30 UAH	1,5% + 3 USD	1,5% + 15 грн.	3,1% мин. 35 грн
9	Начисление на сумму остатка на карточном счете, % годовых	5	0	0	0	0
10	Зачисление Банком средств на карточный счет, проценты от суммы пополнения	0	0	1%, мин. 5 грн.	0	5грн.
11	Перевод средств с карточного счета при помощи банкомата на счета, открытые в банке	0,75%, мин 1 грн.	0,5 грн	0,45%, мин. 0,5 грн	2%, мин. 2 грн.	-

Таблица 3

Рейтинг тарифов банков по личным карточкам стандартного уровня.

№	Тариф	Банк 1	Банк 2	Банк 3	Банк 4	Банк 5
1	Минимальная сумма начального взноса на карточный счет	5	1	1	1	1
2	Сумма гарантийного покрытия	5	1	1	1	1
3	Открытие и первый год обслуживания платежной карты, грн.:	1	4	3	5	1
4	Обслуживание платежной карты (за каждый следующий год), грн.:	1	1	4	5	1
5	Переоформление карточного счета в связи с утерей карточки	4	1	5	3	1
6	Проведение расчетов по карточным счетам в банкоматах банка, % от суммы операции	2	3	1	4	5
7	Проведение расчетов по карточным счетам в ПВН и банкоматах других банков Украины, % суммы операции	3	1	2	4	5
8	Проведение расчетов по карточным счетам в	1	4	3	2	5

	банкоматах других банков за пределами Украины. % суммы операции.					
9	Начисление на сумму остатка на карточном счете, % годовых	1	3	3	3	3
10	Зачисление Банком средств на карточный счет, проценты от суммы пополнения	1	1	4	1	3
11	Перевод средств с карточного счета при помощи банкомата на счета, открытые в банке	3	1	2	4	5
	Итого	27	21	29	33	31

Кроме собственно определения конкурентных позиций различных коммерческих банков на рынке карточных услуг, предложенный метод позволяет также анализировать факторы конкурентоспособности и определять резервы её повышения. Так, анализ табл. 3 позволяет определить, что наибольшее количество баллов (14 из 27) банк 1 набрал по трем позициям в тарифном плане – «Сумма гарантийного покрытия», «Сумма начального взноса на картсчет» и «Переоформление счета в связи с утерей карты».

Основанная на результатах этого анализа оптимизация тарифных планов, в сочетании с разумной маркетинговой политикой, может позволить банку существенно улучшить конкурентоспособность своих продуктов на рынке банковских платежных карт.

Выводы

- 1.Предложенный метод позволяет с минимальными затратами на сбор и обработку информации провести сравнительный анализ банковских продуктов со сложными тарифными планами, к которым относятся, например банковские платежные карты. Специфика метода позволяет выделить факторы, оказывающие наибольшее влияние на конкурентоспособность, и определить направления её улучшения.
- 2.Возможные направления развития метода состоят в уточнении значимости отдельных характеристик, что позволит улучшить точность рейтинговых оценок, но повысит трудоемкость подготовки данных.

Список использованных источников:

1. Куршакова Н. Б. Банковский маркетинг. Питер, 2003. 192 с. (ISBN 5-314-00076-8)
2. Лепа Р.М., Тимохин В.М. Прийняття управлінських рішень на підприємстві: теорія та практика: Монографія / НАН України. Інститут економіки промисловості. – Донецьк: ТОВ „Юго-Восток, ЛТД”, 2004. – 262 с.
3. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко та ін.; За ред. проф. А. М. Герасимовича. – К.: КНЕУ, 2004. 599 с. (ISBN 966–574–567–0)
4. Управление большими системами / Сборник трудов. Выпуск 8. Общая редакция – В.Г. Засканов, Д.А. Новиков. М.: ИПУ РАН. 2004, – 190 с.
5. Новиков Д.А. Чхартішвілі А.Г. Рефлексивные игры. – М.: СИНТЕГ, 2003. – 160 с.

Рецензент: Т.Г. Логутова
д-р экон. наук, проф., ПГТУ

Статья поступила 26.11.2009